

Анна ЖУКОВА,
ЮУрГУ,
г. Челябинск

Студенческий PR-net

Изменение требований личности и общества к результатам образования потребовало кардинальных перемен, в содержании образования, внедрение новых образовательных технологий. Исключением не стала кафедра «Массовой коммуникации» Южно-Уральского государственного университета. Создание Web-сайта SUSU-PR — это одно из важнейших условий для создания корпоративного имиджа и поддержания контакта с абитуриентами, студентами, специалистами PR-агентств. Данный проект направлен на проведение реальной кампании, конечной целью которой является создание студенческого PR-портала, объединяющего начинающих специалистов Урала.

Сегодня Web — сайт <http://susu-rn.pagod.ru> на самом деле является визитной карточкой сообщества студентов кафедры Массовых коммуникаций. Если говорить о студенческом WEB-сайте, то на нем представлена не только информация о предлагаемом ассортименте образовательных услуг. Сайт предоставляет различные возможности посетителям. Например, им дана возможность задавать интересующие их вопросы и получать бесплатные консультации специалистов и пре-

подавателей кафедры. Помимо этого, сейчас появился форум с целью выяснения интересов и пожеланий посетителей. Однако в первую очередь на сайте должна содержаться информация о самой организации: когда и где она была основана, с какой целью, какие услуги она предоставляет, какие проекты она собирается осуществить в будущем и т.д. Такая открытость со стороны кафедры внушает клиентам больше доверия. Одновременно такая информационная открытость подчеркивает социальную направленность политики кафедры, а также заинтересованность в обеспечении интересов студентов, абитуриентов и преподавателей.

Данный проект направлен на включение механизма, обеспечивающего повышение уровня профессионального развития студентов и абитуриентов. Вместе с этим решается еще одна задача: повышение образовательных запросов уже обучающихся студентов требует практической реализации накопленных знаний. В этом смысле реализация конкретных PR-проектов, в данном случае создании WEB-сайта студентами факультета может быть рассмотрена как средство приобретения профессионального опыта.

Основной задачей создания студенческого web-сайта является формирование общественного мнения. Этот процесс определяется как планируемая программа мероприятий, рассчитанная на увеличение доверия и поддержки Кафедры со стороны публики. Чтобы быть эффективной, работа по организации общественного мнения в данный момент направлена на конкретные группы: студенты, преподаватели и PR-специалисты. Существует точка зрения, что формирование общественного мнения на 10% зависит от распространения информации об организации. Например, для воздействия на потенциальных посетителей Internet, используется прямая рассылка, дающая максимальный охват при минимальных расходах.

PR — коммуникации SUSU-PR можно разделить на две группы: внутренние (internal) и внешние (external). К внутренним относятся те, которые направлены непосредственно на саму Кафедру МК. К внешним относятся те, которые направлены на посетителей извне.

Нельзя не упомянуть о взаимодействии SUSU-PR с другими СМИ. Прежде всего, стоит отметить, что SUSU-PR-студенческий сайт. Редакторы не признают агрессивный PR и никогда не платят за написание статей. О положительных изменениях в области известности можно судить по статистике посещений и проведенные опросы. В газетах и на других сайтах публикуются интервью с руководителями

компании, но опять таки, инициаторами этих интервью являются не сотрудники, а заинтересованные лица. На данный момент при поддержке САЙТА реализуется комплекс мероприятий:

а) работа с аудиторией в on-line конференциях, дискуссионных листах, рассылках (традицию проведения конференций мы начали 13 января 2004 года семинаром «Полиграфия как слагаемое успешного PR»); б) осуществление контакта с представителями традиционных СМИ посредством Интернет (ведется постоянная рассылка пресс-релизов и проведении различных акций); в) воздействие на аудиторию посредством публикации материалов и новостей в интернет-СМИ, у сетевых обозревателей, сайтах информационных агентств и СМИ, специализированных и тематических серверах (активно сотрудничаем с веб-изданиями сайта ЮурГУ, газетой «Университетская набережная», «СОВЕТНИК» и пр.); г) проведение в сети рекламных акций (награждений), лотерей, конкурсов (проводился конкурс фотографии, следующая акция состоится в конце февраля 2004г. под названием «ЗИМНИЙ PRnsbm»)

Наша цель — научить молодых специалистов в сфере PR эффективно пользоваться сетью Internet, превратить ее из запутанного лабиринта в новый путь к знанию, самовыражению и профессиональной реализации и показать, где живет правильный PR.